

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ РЕГІОНАЛЬНИМ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИМ РОЗВИТКОМ

Г.Г. СОБОЛЄВА, к.е.н.

Харківський національний університет міського господарства

імені О. М. Бекетова

olga.soboleva.2002@mail.ru

Виконання регіональної стратегії соціально-економічного розвитку передбачає незмінність пріоритетів і цілей. Кожного року передбачається процедура моніторингу, коректування і контролю.

Моніторинг (оцінка) має бути систематичним й об'єктивним оцінюванням результатів виконання програм, схем і процесів їх виконання. Оцінка має надавати інформацію, яка є достовірною й корисною і дозволяє застосовувати отриманий досвід в процесі прийняття рішень. Така проміжна оцінка спрямована на коригування процесу реалізації регіональної стратегії соціально-економічного розвитку регіонів.

Основними завдання організації і проведення моніторингу мають стати:

- контроль за дотриманням виконання окремих стратегічних завдань;
- аналіз поступу стосовно запланованих результатів;
- аналіз причин невиконання окремих стратегічних завдань, аналіз рівня і причин відхилення запланованих і отриманих результатів, формування рекомендацій з метою усунення недоліків;
- аналіз економічних і соціальних змін в регіоні в результаті виконання програми і стратегічних завдань, оцінка ефективності і реалістичності окремих її складових;
- виявлення критично важливих елементів стратегічного плану, які потребують підвищеної уваги на майбутній період.

Основні інструменти залучення громадськості до процесу стратегічного управління регіональним розвитком.

Сучасні науковці визначають існування 5 основних типів взаємодії влади з громадськістю: інформування, консультування, партнерство, делегування, контроль:

- при інформуванні проводяться прес-конференції, видаються буклети, прес-релізи тощо;
- для консультування використовують громадські слухання, відкриті бюджетні слухання, проводяться опитування громадської думки, створюються громадські ради і дорадчі комітети;

– партнерство, як правило, здійснюється шляхом укладання контрактів на спільне створення та надання послуг;

– при делегуванні частка владних повноважень у прийнятті рішень та здійсненні й впровадженні політики передається громадськості;

– шляхом використання цих форм і досягається громадський контроль.

Можна стверджувати, що вказані типи взаємодії мають бути співвіднесені з основними етапами процесу стратегічного управління регіональним соціально-економічним розвитком.

Також необхідним є визначення основних інструментів, що дозволять реалізувати певний тип взаємодії з громадськістю регіону і виявити наявні і потенціальні інтереси суб'єктів регіональної економіки.

Для реалізації формування регіональної стратегії необхідним є сповіщення, інформування громади щодо початку даного процесу. Для цього доцільним є використання публікацій в ЗМІ, проведення загальних зборів і слухань.

Для виявлення інтересів регіональної громади запропоновано використовувати різноманітні форми її залучення до формування і реалізації процесу стратегічного управління. Найбільше значення для виявлення інтересів регіональної громади має опитування, яке серед фахівців визначається як один з основних методів збирання інформації.

На регіональному рівні все більшу значущість набувають телефонні опитування, «фокус-групи», опитування через Інтернет.

Основною метою проведення обговорення є виявлення в найбільшій мірі існуючих інтересів. Наприклад, доцільним є проведення опитувань, анкетувань, застосування гарячих ліній.

Інструментом зв'язку з громадянами і з угрупованнями (територіальними утвореннями) є газетні реклами і вкладки, написані представниками уряду, владних структур.

Нові методи взаємозв'язку надає Інтернет, який утворює нове суспільство, поєднує людей різних національностей, культур, віросповідань, соціального статусу. Це новий спосіб взаємодії.

Такі можливості мають бути використані в процесі управління регіональним розвитком і залучення громадськості до формування регіональних стратегій.

Вбачається за доцільне організація таких інструментів залучення громадськості для виявлення первинних інтересів і думок громади і її

представників за допомогою Інтернету, як спілкування з представниками політичних сил, збирання думок і точок зору на певну проблему науковців і видатних людей, виявлення практичного досвіду вирішення проблем у представників відомих компаній тощо. Таке спілкування в процесі управління регіональним розвитком покликане отримати безпосередню реакцію зацікавлених людей, розповсюдити інформацію.

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ТУРБУЛЕНТНОЇ ЕКОНОМІКИ

С. Ю. ЮР'ЄВА, к.е.н., доц., О.І. СИМИНЕНКО, магістр
*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*
yurevass@mail.ru

Будівництво є одним з найважливіших напрямків народного господарства, від стану якого залежить ефективність функціонування, як суміжних галузей виробництва та сфер надання послуг, так й всієї системи господарювання країни в цілому. Економічний ефект від розвитку цієї галузі полягає у мультиплікативному ефекті коштів, вкладених у будівництво. В умовах турбулентної економіки, кон'юнктура ринку, економічна середовище та споживацькі вподобання постійно змінюються, і важливо, щоб маркетингова стратегія будівельного підприємства, сутність якої полягає у визначенні основних довгострокових цілей й завдань підприємства за поданням та просуванню себе на ринку, була підготовлена до нових умов й мала можливість оперативно реагувати на них. Ці та інші фактори свідчать про важливість та актуальність дослідження особливостей маркетингової діяльності будівельних підприємств в умовах сучасного ринку.

Незважаючи на наявність вагомої наукової бази, проблема розкриття особливостей маркетингової діяльності будівельних підприємств в умовах турбулентності не достатньо освітлена у вітчизняних публікаціях та вимагає нових досліджень та пропозицій.

Спробуємо більш детально визначити особливості маркетингової діяльності будівельних підприємств в умовах турбулентної економіки, що сприятимуть посиленню конкурентоспроможності підприємств галузі.

Зокрема, у національній економіці спостерігається нестабільність, що спричинена такими факторами, як: технічний прогрес та інформаційна